

мого сознания [3]. Коррелятом между нейронным и ментальным оказывается структура «нейрообраза», раскрывающая потенции к шизофренизации как в организации мира образов [4], так и в существовании нейронных сетей. Иными словами, шизофренический статус современной аудиовизуальной культуры *соответствует* характеру церебральных взаимодействий.

Литература

1. Малабу К. Что нам делать с нашим мозгом? — М. : V-A-C Press, 2019. — 112 с.
2. Malabou C. Plasticity at the dusk of writing: dialectic, destruction, deconstruction. — New York: Columbia University Press, 2010. — 96 p.
3. Pisters P. The Neuro-Image: A Deleuzian Film-Philosophy of Digital Screen Culture. — Stanford: Stanford University Press, 2012. — 387 p.
4. Deleuze and the schizoanalysis of cinema/ edited by Ian Buchanan and Patricia MacCormack. — London: Continuum, 2008. — 159 p.

УДК 291.71+298.9

Рассказов Давид Гегамович,

ученик 10А класса

МБОУ «Лицей № 106 “Содружество”»

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ НОВЫХ РЕЛИГИОЗНЫХ ДВИЖЕНИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аннотация. Статья посвящена проблеме самопрезентации НРД в социальных сетях, включает описание существующих НРД-пабликов, статистические данные по деятельности НРД и их имиджевых стратегиях.

Ключевые слова: новые религиозные движения, социальные сети, самопрезентация.

SELF-PRESENTATION OF NEW RELIGIOUS MOVEMENTS IN SOCIAL NETWORKS

Abstract. The article is devoted to the problem of self-presentation of NSD in social networks, includes a description of existing NSD publics, statistical data on the activities of NSD and their image strategies.

Keywords: new religious movements, social networks, self-presentation.

Религия в современном обществе играет существенную роль в формировании мировоззрения как отдельных людей, так и социальных групп. Одной из форм распространения религиозности являются новые религиозные движения (НРД), некоторые авторы, например М. Эпштейн [1, с. 34], даже считают их частью специфической постсекулярной религиозности. Проводятся научные и научно-практические конференции, публикуются монографии и статьи, тема постоянно обсуждается в СМИ и социальных сетях. Некоторые организации подвергаются единогласному осуждению, по поводу других общество еще не определилось, но в большинстве случаев, все, что связано с новой религиозностью, считается негативным [2].

Большинство исследователей считают, что религиозные организации в социальных сетях формируют собственный имидж, используют их для миссионерских практик [3; 4].

В данной работе предпринята попытка проанализировать стратегии самопрезентации, которых придерживаются НРД в социальных сетях. *Задачи:* а) проанализировать понятие НРД и определить исследуемые объекты; б) исследовать основные формы проявлений НРД в сети Интернет; в) выделить структурные компоненты самопрезентации НРД. Выбор социальной сети включал открытость для разных возрастов и возможностью размещения значительных по объему текстовых файлов — «ВКонтакте».

1. Сложившийся в научном мире образ НРД неоднозначен, используется множество различных взаимозаменяющих дефиниций.

НРД — это новое, слабоструктурированное религиозное сообщество, идеология которого объясняет реальность, прибегая к сверхъестественным и магическим аргументам.

2. Выявлены различные типы пабликов, которые позволяют определить основные особенности данного НРД по контенту. Запрос основывается на названиях религиозных объединений, что не позволяет учитывать организации, практикующие конфессиональную анонимность.

4. Наиболее часто встречаются страницы пятидесятников, ранее, до запрета — Свидетелей Иеговы. Основное содержание — информационное: расписание богослужений, религиозные тексты. Творчество: музыка, стихотворения и т. д. встречается очень редко и чаще всего носят вторичный характер.

5. Практически отсутствуют паблики полемического и имиджевого характера, где выстраивались бы стратегии оправдания НРД, доказательства их легитимности. Практически нет пабликов с изложением вероучения и образовательного характера.

6. По результатам исследования выделено 6 типов НРД-пабликов:

- официальные страницы религиозных объединений;
- страницы, созданные отдельными последователями данного НРД;

- страницы, заброшенные несколько лет назад — «сетевой мусор»;

- рекламные страницы, созданные с целью продать главный продукт данного НРД;

- паблики-магазины, где продается тематическая атрибутика, продукты питания, товары ручной работы, сувениры, связанные с отдельными религиозными течениями;

- паблики, где ведется исследовательская и образовательная деятельность.

7. Наукообразные паблики пользуются меньшим успехом, чем мистические, с конкретными ритуалами и «жизненными» историями, потому что читатели не нуждаются в исследованиях религиозной традиции, они хотят получить от нее пользу.

НРД не используют социальную сеть «ВКонтакте» как элемент имиджевой стратегии, как форму привлечения новых членов и для

миссионерской активности. Этот существенный элемент репрезентативных стратегий остается неосвоенным большинством, его потенциальные возможности не используются в должной мере.

Литература

1. *Эпштейн М.* Религия после атеизма: Новые возможности теологии. — М. : АСТ- ПРЕСС КНИГА, 2013. — 416 с.

2. *Васильева Е., Мартинович В. А.* Нетрадиционная религиозность: возникновение и миграция: материалы к изучению нетрадиционной религиозности. — Т. 1. Минск: Минск. Духов. академия, 2015. — 559 с. // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. — 2016. — № 1 (34). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/martinovich-v-a-netraditsionnaya-religioznost-vozniknovenie-i-migratsiya-materialy-k-izucheniyu-netraditsionnoy-religioznosti-t-1-minsk> (дата обращения: 01.03.2020).

3. *Васильева М. А.* Репрезентация культурной идентичности в сети Интернет : автореф. дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01. — Санкт-Петербург, 2017. — 30 с.

4. *Элбакян Е. С.* Религии России : словарь-справочник. — М. : Изд-во Энциклопедия, 2014. — 464 с.

УДК 75.017.4

Ржанникова Лада Алексеевна,

бакалавр 2-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ЦВЕТОВ В АНИМЕ «STUDIO Ghibli» И КАРТИНАХ ХУДОЖНИКОВ ВОЗРОЖДЕНИЯ

Аннотация. В работе представлена информация о возможности сравнения эстетики цвета Востока и Запада в разных видах искусства, произведения которых не имеют общих социокультурных основ, так-